

19. 8. 2022

Vezměte, prosíme, na vědomí, že text článku odpovídá platné právní úpravě ke dni publikace.

Nové povinnosti podnikatelů i efektivnější ochrana spotřebitele

V dolní komoře Parlamentu se v současnosti projednává novelizace právní úpravy věnovaná ochraně spotřebitele.[1] Přinést má zvýšenou ochranu spotřebitelů a jejich práv a lepší vymáhání sankcí za porušení povinností ze strany podnikatelů. Zákonodárce tím chce reagovat na předcházející nedostatečnou transpozici evropských směrnic a doplnit právní úpravu o nové požadavky, které mezitím vyvstaly na půdě unijní úpravy v podobě směrnic nových.[2]

Dne 15. června 2022 prošla novelizace právní úpravy týkající se spotřebitelského práva I. čtením. Novela se má dotknout nejen zákona č. [634/1992](#) Sb. o ochraně spotřebitele, ale taktéž občanského zákoníku, jako obecného předpisu soukromého práva, který obsahuje samostatný díl věnovaný smlouvám uzavíraným se spotřebitelem. Zákonodárce argumentuje mimo potřeby zesouladnění s evropskými předpisy také tím, že se tímto krokem zvýší ochrana práv spotřebitele, zabezpečí možnost úspěšného vynucování dodržování povinností podnikatelů prostřednictvím efektivnějšího správního trestání, a v neposlední řadě se tím také zkvalitní soutěžní prostředí pro všechny podnikatele díky tomu, že nepoctiví soutěžící na trhu budou díky účinnějším správním trestům od takového jednání odrazeni.[3] Novela se má dotknout prakticky všech prodávajících v případě smluv uzavíraných se spotřebitelem, a proto je vhodné jí v případě podnikatelů věnovat zvýšenou pozornost.

Jednou z důležitých změn, které má novela přinést, je rozšíření seznamu stávajících nekalých obchodních praktik a poskytnout spotřebiteli možnost, jak se případně vůči nim úspěšně bránit, protože Evropská komise na základě svého přezkumu zjistila, že spotřebitel v současné podobě úpravy nemá k dispozici vždy efektivní prostředky obrany.[4] Mezi novými nekalými obchodními praktikami by nově měly přibýt (1) poskytnutí výsledků vyhledávání bez uvedení informace o tom, že se jedná o placenou reklamu za účelem dosažení lepšího pořadí ve výsledcích vyhledávání (2) přeprdej získaných vstupenek spotřebitelům, které byly získané na základě obcházení pravidel pro jejich nákup (3) uvádění, že recenze výrobku nebo služby pochází od spotřebitele, který produkt skutečně použil nebo zakoupil, bez toho, aby podnikatel přijal přiměřené opatření na ověření toho, zda recenze skutečně od takového spotřebitele pochází (4) zveřejňování falešných spotřebitelských recenzí, anebo zadání jiné osobě, aby takové falešné recenze zveřejnila, případně zkreslování spotřebitelských recenzí na sociálních sítích s cílem propagovat výrobek nebo službu.[5] V praxi se totiž nejednou stává, že v boji s konkurencí využívají prodávající falešné recenze, které pocházejí od osob, které danou provozovnu nikdy nenavštívily, nebo se dokonce jedná o fiktivní subjekty využívané s cílem získat si zákazníka. Podnikatelům, kteří využívají spotřebitelské recenze, tak můžou vzniknout nové povinnosti. Novou nekalou obchodní praktikou je též uvádění výrobků dvojí kvality na trh (výrobek, který má podstatně odlišné složení nebo znaky, pokud to zároveň není odůvodněno oprávněnými a objektivními skutečnostmi), pokud se jedná o totožný výrobek s výrobkem uváděným na trh v nejméně 2 dalších členských státech EU.[6]

V oblasti zjednání nápravy v případě výskytu nekalé obchodní praktiky přibude v zákoně o ochraně spotřebitele § 5d, který bude spotřebiteli poskytovat nové možnosti efektivní obrany. Po přijetí nové úpravy by měl mít spotřebitel právo na odstoupení od smlouvy ve lhůtě 90 dnů od jejího uzavření, nebo možnost požadovat přiměřené snížení ceny v rozsahu odpovídajícím povaze a závažnosti nekalé

obchodní praktiky. Takové snížení ceny se může přibližovat až k hranici 100 % v případě nejzávažnějších porušení. Možnost odstoupení od smlouvy však spotřebitel nemá, jestli prodávající prokáže, že je to nepřiměřené s ohledem na předmět smlouvy a závažnost nekalé obchodní praktiky. V případě, že by spotřebitel byl pod pohrůžkou násilí donucen uzavřít smlouvu, musel by se její neplatnosti podle současné právní úpravy dovolat výslovně, když zákon takovou smlouvu považuje za platnou do momentu, kdy spotřebitel namítne její neplatnost. Komplikované z pohledu spotřebitele je především dokazování naplnění podmínek příslušných skutkových podstat relevantních pro neplatnost právního jednání, což následně často odráží spotřebitele od využívání jejich práv.[7] V případě přijetí této nové novely by tedy spotřebitel mohl jednoduše od smlouvy odstoupit za předpokladu, že k jejímu uzavření vedlo využití nekalé obchodní praktiky (např. vyvolávání dojmu, že spotřebitel nemůže opustit místo bez uzavření smlouvy). Spotřebiteli tak má být poskytnuta efektivnější ochrana proti nekalým obchodním praktikám, které by vůči němu využíval prodávající.

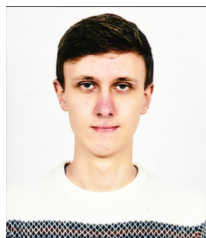
Novela si klade za cíl i konec fiktivním slevám. Pokud bude totiž chtít prodávající poskytnout na výrobek slevu, bude muset při této slevě uvést informaci o tom, za jakou nejnižší cenu se výrobek prodával za posledních 30 dnů předtím, než byla sleva poskytnuta.[8] Tato povinnost se však nemá vztahovat na výrobky podléhající rychlé zkáze nebo s krátkou dobou spotřeby.

Změna se dotýká také informační povinnosti prodávajícího (např. nová povinnost poskytnout svoje tel. číslo) a to obecně, anebo také speciálně zvláštních povinností v případě distančně uzavíraných smluv nebo smluv uzavíraných mimo obchodní prostory. V případě smluv uzavíraných elektronickými prostředky je mimo jiné nutné spotřebitele upozornit na to, že se při objednávce zavazuje k placení, a pokud se objednávka činí prostřednictvím tlačítka, anebo jiného ovládacího prvku, je nutné ho viditelně označit jednoznačnou formulací pojednávající o tom, že objednávka spotřebitele zavazuje k platbě.[9] V opačném případě je sankcí neplatnost smlouvy, ledaže se jí spotřebitel dovolá. Novela zavádí také zákaz používání předem nastavených možností za účelem získání souhlasu s další platbou odlišnou od povinnosti úhrady hlavního závazku.

U podnikatelů využívajících telemarketing, kteří spotřebitele kontaktují telefonicky, vzniká povinnost na začátku každého hovoru oznámit obchodní účel hovoru a údaje o své totožnosti. Důležitá je však zejména skutečnost, že spotřebitel bude nabídkou vázán až poté, co svůj souhlas, který udělil telefonicky, následně potvrdí elektronicky nebo podpisem učiněné nabídky na listině.[10] Tímto způsobem zákonodárce usiluje o poskytnutí ochrany zejména seniorům a jiným zvláště zranitelným skupinám, kterých se tento způsob kontraktace nejčastěji negativně dotýká.[11]

V neposlední řadě novelizace zavádí nové pojmy, jako např. „on-line tržiště“ (služba umožňující spotřebiteli uzavírat distančním způsobem smlouvu s prodávajícím nebo jinou osobou za využití softwaru zahrnujícího internetovou stránku, část internetové stránky nebo aplikaci, provozovaného jiným podnikatelem, než je prodávající, nebo jeho jménem), „poskytovatel on-line tržiště“ (podnikatel umožňující spotřebiteli využití on-line tržiště)[12], „digitální obsah“ nebo „služby digitálního obsahu“.[13] Vymezení těchto pojmů má význam především ke zjištění, na koho se vztahují zvláštní povinnosti.

Novela zákona o ochraně spotřebitele a občanského zákoníku s sebou přináší řadu menších, ale také významných změn, které se dotknou podnikatelů a spotřebitelů. Pro podnikatele bude důležité se s těmito změnami seznámit a případně jim přizpůsobit své obchodní praktiky nebo je zapracovat do svých stávajících formulářových smluv, a uplatňovat je při prodeji. Vyhnou se tak porušením zákona a případným přestupkům, jejichž seznam se s přijetím novely také rozšíří. Naopak pro spotřebitele je novelizace významná z hlediska posílení ochrany jejich práv a jejich efektivnějšího vymáhání. Věřme, že i díky této „harmonizační“ novelizaci bude naplněn hlavní cíl, který si zákonodárce klade, a tedy přispět k férovější soutěži mezi prodejci, a tak celkovému rozvoji trhu.



Dušan Korbela

Weinhold Legal

[Weinhold Legal, v.o.s. advokátní kancelář](#)

Florentinum
Na Florenci 15
110 00 Praha 1

Tel.: +420 225 385 333

Fax: +420 225 385 444

e-mail: wl@weinholdlegal.com

[1] Sněmovní tisk č. 213

[2] Důvodová zpráva, sněmovní tisk 213/0, ze dne 13.4.2022

[3] Důvodová zpráva, sněmovní tisk 213/0, ze dne 13.4.2022

[4] K dispozici >>>[zde](#).

[5] Příloha č. 1 navrhované novely zákona č. [634/1992](#) Sb. o ochraně spotřebitele

[6] § 5 odst. 3 písm. d) navrhované novely zákona č. [634/1992](#) Sb. o ochraně spotřebitele

[7] Důvodová zpráva, sněmovní tisk 213/0, ze dne 13.4.2022

[8] §12a navrhované novely zákona č. [634/1992](#) Sb. o ochraně spotřebitele

[9] 1826a navrhované novely zákona č. [89/2012](#) Sb. občanský zákoník

[10] § 1825 navrhované novely zákona č. [89/2012](#) Sb. občanský zákoník

[11] Důvodová zpráva, sněmovní tisk 213/0, ze dne 13.4.2022

[12] § 2 odst. 2 písm. b) a c) navrhované novely zákona č. [634/1992](#) Sb. o ochraně spotřebitele

[13] § 2389a a 2389t navrhované novely zákona č. [89/2012](#) Sb. občanský zákoník

© EPRAVO.CZ - Sběrka zákonů, judikatura, právo | www.epravo.cz

Další články:

- [AML - od zákona č. 253/2008 Sb. k AMLR: co konkrétně musí česká povinná osoba změnit do roku 2027](#)
- [Podmíněné propuštění ve světle zásady ústnosti a přímosti](#)
- [Byznys a paragrafy, díl 37.: Povinná forma jednání ve smlouvách](#)
- [Poučení z krizového vývoje v kauze bitcoiny](#)
- [EUDAMED: Jednotná databáze mění pravidla hry na trhu zdravotnických prostředků](#)
- [Nový zákon o veřejných dražbách, aukce a obálkové metody](#)
- [Pohled přes hranice - natáčení pornografických klipů jako důvod výpovědi z nájmu bytu](#)
- [Nařízení EU o umělé inteligenci a jeho dopady na využití jazykových modelů v advokátní praxi](#)
- [Revize zájezdové směrnice: co přináší, co hrozilo a co to znamená pro praxi](#)
- [Kupní smlouva o převodu nemovitosti bez uvedení výše kupní ceny](#)
- [Druhá „tlačítková novela“: povinné tlačítko pro odstoupení od smlouvy](#)